

TELEVISIÓN, PRESENTE Y FUTURO: ¿QUÉ SERÁ DE ELLA?

Varias referencias.

Al igual que profetizó el periodista estadounidense Jack Gould en 1949 cuando dijo: “hay algo absolutamente tranquilizador sobre la televisión: lo peor está por venir”, tanto Pierre Bourdieu, en su obra *Sobre la televisión* como Giovanni Sartori, en *Homo videns. La sociedad teledirigida* arremeten contra, sin lugar a dudas, el invento más criticado de este siglo: la televisión. Esta crítica responde al papel de la televisión en la sociedad actual, un medio, según Bordieu, teñido de censura y constreñido por unos intereses que luchan por camuflarse pero demasiado evidentes para ocultarse.

La pequeña pantalla, que ya es un medio de comunicación global de alta tecnología, se convertirá de inmediato en un planificador de nuestro ocio a medida de nuestros gustos. Por desgracia, tal y como señalan ambos autores, esta “gran diva de infelices” primero forma a los niños e influencia a los adultos implantando la cultura basura. Para ello, recoge los desechos de la prensa de calidad y proporciona noticias que se reducen, casi exclusivamente, a deportes, crónicas de sucesos, asuntos del corazón y catástrofes. Lista de temas “candentes” que Sartori completa con las noticias que tratan de información política, las más importantes, según él, porque tienen mayor repercusión.

Estas noticias marginales son ofertadas como valiosas joyas contribuyendo con ello a una deficiente formación e ignorancia sobrevenida de aquellos, la mayoría cada día más mayoritaria, que sólo se forman en la televisión. Pero en este sentido, Bourdieu cree que éste es un fenómeno parcial que provoca la antidemocracia, el antiigualitarismo y en definitiva una estratificación social entre aquellos que sólo acuden a la televisión con escaso contenido formativo y los que acuden a otros medios de comunicación más serios. Su homólogo, Sartori, fundamenta la sociedad actual exclusivamente en la especie del “homo videns”, hombre imbuido por la imagen, que provoca la desaparición de las élites cultas y la derivación hacia una incultura homogénea compartida por la totalidad de la sociedad.

La capacidad de leer y de entender que poseía el “homo sapiens”, especie ya extinta, ha sido definitivamente anulada, primero por la televisión y después por el llamado “ordenador cibernético”. Y, cómo no, las generaciones jóvenes maman esa cultura cibernética creando pequeños mimos cibernéticos denominados VIDEO-NIÑOS. Gracias al sistema social de aislamiento en el que vivimos, el imperativo de la educación visual hace del niño un ser que cuando es adulto responde casi exclusivamente a los estímulos visuales. Esta situación conduce irremediablemente a una atrofia cultural en la que cada día nos encontramos más imbuidos todos los humanos.

La televisión provoca, produce y estimula una sociedad de “voyeurs” e impotentes. Este medio no sólo transforma la realidad a su antojo en una desidia de manipulación latente sino que crea la realidad. Y es más, se erige en creador de la opinión pública destronando a los tradicionales “líderes intermediarios de opinión”. Gracias a esta labor de autoridad de la imagen que se le confiere, los políticos van a remolque de la televisión. Esta incide sobremanera en el proceso político llegando, incluso, a gestionar la política en un ejercicio denominado por Sartori como “poder de la video-política”. El alcance de la video-política personaliza las elecciones, subordinando el poder del partido a la imagen de su líder; líderes relacionados cada vez más con los acontecimientos mediáticos que con sus propias convicciones o ideales políticos de cara a la opinión pública.

Así, la subinformación como información reducida en exceso y empobrecida o la desinformación entendida como distorsión informativa constituyen el núcleo informativo de la tele-

visión. La televisión informa, pues, poco y mal, dislocando la percepción noticiosa de los profesionales del medio que actúan siempre bajo la indeseable soga de los niveles de audiencia. Sólo lo que sea demandado y se pueda mostrar, visualmente hablando, tendrá un hueco en la pequeña pantalla. La labor del profesional se inmiscuye por estrechos corredores de donde fluyen los pseudo-acontecimientos, fabricados para ellos, o las falsas estadísticas que surgen de la nada. Una televisión que precocina entrevistas aparentemente casuales y que premia como la mayor de las virtudes la más recóndita de las excentricidades. De todo esto y de más se encargan nuestros fastuosos “fast thinking” superhombres preñados de ideas preconcebidas aptas para el empaquetado televisivo y fácilmente consumibles.

Ambos autores resaltan peyorativamente cómo la televisión privilegia el ataque y la agresividad cuando ésta existe. Si no es así, se inventa o quizás se aumenta. El papel del medio en los conflictos, tan de moda actualmente, es decisivo y los hilos del poder ejercen una función para que la opinión pública se posicione en uno u otro sentido. Desde la producción de manifestaciones para la televisión hasta la espectacularización de los ataques sangrientos o los espontáneos brotes de violencia, todo vale para la televisión. Además, y lo que es más grave, ésta se llena de “manifestaciones, pancartas, personas que gritan y lanzan piedras e incluso cócteles Molotov y tienen razón en las imágenes que vemos, porque a su voz no se contraponen ninguna otra voz”.

En este contexto cabe preguntarse si es posible exigir un cambio, una vuelta al llamado “Periodismo” con mayúsculas, una deontología televisiva que transforme la actual decadencia de la televisión. Es lícito pensar que los escasos “resistentes a la televisión” serán los futuros héroes de una sociedad que dejó atrás el pensamiento como culmen de su realización intrínseca y como colectividad. El miedo radica en la idea de que tan sólo sean los muñecos de *guignols* los que efectúen arduas críticas contra el Periodismo televisivo, y nadie vele nunca más por los intereses de los dominados por ese dispositivo electrónico que mezcla sin pudor ensangrentadas matanzas con cepillos de dientes.

Noelia Escandón Concha

EMAKUMEEN OHITURAK ETA TELEBISTA

GARMENDIA LARRAÑAGA, Maialen. ¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1998; 159 págs.

Telebista ikustea, jatea edo lo egitea bezain egunoroko ohitura eta beharra bihurtu da jente askorentzat. Behar fisiologikoa izan beharrean, psikologikoa da, egunoroko bizitzan sus-traitua dagoena, egunoroko bizimoduari zentzua eta segurtasuna ematen dioena. Anthony Giddens soziologoaren iritzia hau aipatuz amaitzen du Maialen Garmendiak telebistaren aurreko emakumeen jarrerak aztertzen dituen liburua.

Azpitituluak osagaia eta ingurua ezartzen dizkio liburuaren izenburuari. Izan ere, telebista ikustea ez da ikuste hutsa, egilearen esanetan, pertsona bakoitzaren bizimoduarekin lotuta dagoen zerbait delako. Emakumeek dituzten ohiturak kontutan hartu gabe ezin da konprenitu zenbat denbora, zer programa, zer ordutan eta norekin ikusten duten telebista. Eta emakumezkoen azterketa baldin bada ere, beste edozein kolektiboaz aztertzeke erraminta baliagarria jarri digu eskaparatean egileak.